

**ANALISIS PENGARUH *WORD OF MOUTH*, KUALITAS PRODUK,  
DAN CITRA MEREK, TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**

**(Studi pada Konsumen Sepeda Motor Yamaha di Surakarta)**



**Artikel Publikasi Ilmiah**

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Syarat-syarat Guna Memperoleh Gelar  
Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Surakarta

**Oleh:**

**EKO LUTHFI HIDAYAT**  
**B 100 100 275**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**  
**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**  
**2014**

## HALAMAN PENGESAHAN

Yang bertanda tangan di bawah ini telah membaca skripsi dengan judul :

**ANALISIS PENGARUH *WORD OF MOUTH*, KUALITAS PRODUK, DAN CITRA MEREK, TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN** (Studi pada Konsumen Sepeda Motor Yamaha di Surakarta)

Yang disusun oleh :

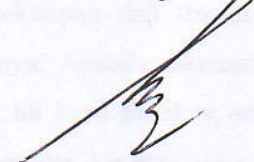
**EKO LUTHFI HIDAYAT**

**B 100 100 275**

Penandatanganan berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat untuk diterima

Surakarta, Agustus 2014

Pembimbing Utama

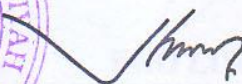


(Drs. Sujadi, MM)

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Surakarta



(Dr. H. Triyono, SE, M.Si.)





**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

Jl. A. Yani Tromol Pos I Pabelan Kartasura Telp. (0271) 717417 Surakarta- 57102

**PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI**

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : **EKO LUTHFI HIDAYAT**

NIRM : **10.6.106.0201416.500275**

Jurusan : **EKONOMI MANAJEMEN**

Judul Skripsi : **ANALISIS PENGARUH *WORD OF MOUTH*,  
KUALITAS PRODUK, DAN CITRA MEREK,  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi  
pada Konsumen Sepeda Motor Yamaha di  
Surakarta)**

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat dan serahkan ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya telah saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti dan atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi apapun dari Fakultas Ekonomi dan atau gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta, Agustus 2014

Yang membuat pernyataan,

**EKO LUTHFI HIDAYAT**

## ***MOTTO***

*Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Maka apabila telah selesai (segala urusan), maka kerjakanlah (urusan yang lain) dengan sungguh-sungguh (Q.S Al Insyirah : 6-7).*

*Stay hungry , stay foolish*

(Steve Jobs)

*Tidak ada hal yang terjadi secara kebetulan. Kebetulan adalah jawaban atas doa-doa yang kita panjatkan yang tidak kita sadari.*

(Penulis)

*kesuksesan hadir seiring dengan adanya kesempatan dan kesiapan*

(Penulis)

## **PERSEMBAHAN**

Dengan segala kerendahan hati penulis persembahkan karya kecil ini spesial untuk:

1. Ibuku, Ibuku, Ibuku dan Ayah tercinta serta adik-adikku yang telah memberikan kasih sayang, pengorbanan dan motivasi yang tiada henti-hentinya.
2. Bapak/Ibu dosen, yang telah membimbing
3. Sahabat-sahabatku sekalian.
4. Almamaterku tercinta.

## KATA PENGANTAR



*Assalamu 'alaikum Wr. Wb*

Alhamdulillah, puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat, hidayah serta inayah-Nya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“ANALISIS PENGARUH WORD OF MOUTH, KUALITAS PRODUK,DAN CITRA MEREK, TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN(Studi pada Konsumen Sepeda Motor Yamaha di Surakarta)”**.

Dalam penulisan Skripsi ini, penulis telah banyak mendapat bantuan yang tulus dan ikhlas dari berbagai pihak sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan Skripsi ini. Dengan segala kerendahan hati, pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa terima kasih pada berbagai pihak yang telah membantu mulai dari persiapan penulisan hingga selesainya penulisan ini kepada:

1. Bapak Dr. Triyono, M. Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Bapak Anton Agus S, SE., M. Si., selaku ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Bapak Wiyadi Ph.d, selaku pembimbing akademikyang telah memberikan bimbingan selama penulis menempuh studi.
4. Drs. Sujadi, MM., selaku pembimbing dari skripsi ini yang dengan sabar membimbing dan memberi arahan kepada penulis.



5. Bapak dan Ibu dosen Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan kepada penulis selama masa studi.
6. Ibu dan ayah serta adik-adikku tercinta yang telah memberikan dorongan baik moril maupun materiil. Terima kasih untuk semua, motivasi, bimbingan, kerja keras dan pengorbanan yang telah dilakukan.

Dengan selesainya penyusunan penelitian ini, penulis berharap dapat memberikan manfaat yang baik, serta menjadi arahan dalam perjalanan pengetahuan.

Penulis menyadari bahwa penyusunan penelitian ini masih jauh dari sempurna, maka penulis sangat berterima kasih apabila diantara pembaca ada yang memberikan saran dan kritik yang membangun guna memperluas wawasan penulis sebagai proses pembelajaran diri.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb*

Surakarta, Agustus 2014

Penulis



Eko Luthfi Hidayat.

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI .....	iii
HALAMAN MOTTO .....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
ABSTRAKSI .....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	5
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	6
E. Sistematika Penelitian .....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Landasan Teori.....	9
1. Pemasaran .....	9
2. Word of Mouth.....	10
3. Kualitas Produk.....	12



4. Citra Merek .....	14
5. Keputusan Pembelian.....	16
B. Penelitian Terdahulu.....	17
C. Kerangka Pemikiran .....	20
D. Hipotesis .....	21
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
A. Variabel Penelitian dan Pengukuran .....	22
B. Populasi dan Sampel.....	23
C. Jenis dan Metode Pengumpulan Data.....	26
D. Metode Analisis Data .....	26
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
A. Gambaran Umum Perusahaan.....	33
B. Deskriptif Responden .....	37
C. Analisis Data .....	41
D. Pembahasan .....	53
<b>BAB V PENUTUP</b>	
A. Kesimpulan .....	56
B. Keterbatasan Penelitian .....	57
C. Saran.....	57
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	18
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	37
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	38
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	38
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	39
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas.....	40
Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas .....	41
Tabel 4.7 Hasil Uji Multikolinieritas .....	43
Tabel 4.8 Hasil Uji Regresi Berganda .....	45
Tabel 4.9 Hasil Uji F.....	52
Tabel 4.10 Hasil Koefisien Determinasi .....	53

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis .....	21
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas.....	42
Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedasitas .....	44

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui word of mouth, kualitas produk, dan citra merek terhadap keputusan pembelian. Sampel penelitian berjumlah 100 responden yang diambil dari berbagai kalangan. Teknik pengambilan sampel dengan menggunakan metode random sampling. Metode analisis yang digunakan adalah uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, analisis regresi linier berganda, uji t, uji F, dan R square. Dari penelitian ini data memenuhi untuk berdistribusi normal. Dari pengujian pada hasil uji hipotesis untuk uji t didapat bahwa setiap variabel word of mouth, kualitas produk, dan citra merek memiliki pengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian karena nilai setiap variabel tidak lebih dari 0,05. Sedangkan pengujian untuk uji F didapat hasil bahwa nilai p-value sebesar 0,000 dan merupakan memiliki pengaruh secara signifikan. Pada nilai R square didapat hasil 0,501 atau 50,1% ini menandakan bahwa variabel keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variabel word of mouth, kualitas produk, dan citra merek.

**Kata kunci:** *word of mouth, kualitas produk, citra merek dan keputusan pembelian*